

Strategi Komunikasi Desa Punggul Dalam Mempertahankan Citra Desa Digital

I Made Bobby Yudhiarta¹⁾, I Dewa Ayu Sugiarica Joni²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾

1,2,3)Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: madebobby1@gmail.com ¹⁾, idajoni@unud.ac.id ²⁾, deviapradipta88@gmail.com ³⁾

ABSTRACT

Punggul Village was the first village to be crowned by the Badung district of Bali as a digital village in 2019, and received the "Digital Village" title as well as being the first proponent of a Digital Village in Badung Regency. Along with the digital village image that Punggul Village has, many villages in Indonesia are starting to adopt a digital village image, in Bali itself there are several villages that are starting to adopt a digital village image. The aim of this research is to describe the communication strategies used by Punggul Village in maintaining a digital village image. The method used in this research is descriptive qualitative using a post-positivism paradigm approach. Based on data obtained from interviews and documentation, Punggul Village maintains a digital village image in accordance with communication strategies through several aspects such as using social media, conducting live streaming, listening to village needs and then packaging them digitally, and the way the village head represents them in conveying socialization, as well as presentation of material at special events to other villages. Meanwhile, based on communication strategy theory, Punggul Village has succeeded in maintaining its digital village image through four important elements of the Laswell formula, specifically knowing the audience, compiling messages, determining methods, selecting and using media.

Keywords: *Communication Strategy, Punggul Village, Digital Village*

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi, perkembangan teknologi digital semakin cepat dan membantu kehidupan sehari-hari manusia. Digitalisasi sendiri merujuk pada transformasi dari proses manual ke proses digital menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (Manyika & Miremadi, 2019).

Sebuah artikel di Harvard Business Review mengemukakan bahwa digitalisasi telah mengubah cara bisnis di seluruh dunia beroperasi dan berkomunikasi dengan pelanggan, juga menekankan pentingnya untuk mengambil pendekatan yang holistik dalam melakukan digitalisasi, yang mencakup aspek-aspek seperti strategi, budaya perusahaan, dan kebijakan teknologi informasi. (Westerman & McAfee, 2014). Digitalisasi juga memberikan dampak pada beberapa wilayah tertentu, salah satunya adalah desa Punggul, yang merupakan sebuah desa di kabupaten Badung Bali dan telah dinobatkan oleh kabupaten Badung Bali sebagai desa digital pada tahun

2019. Desa Punggul sendiri memperoleh predikat sebagai “Desa Digital” sekaligus menjadi pengusung desa pertama digital se-Kabupaten Badung (badungkab.go.id, 2020). Salah satu bentuk digitalisasinya adalah Sistem Informasi Geografis Administrasi Desa Terintegrasi (SiGadis) dan SIMBPD (Sistem Informasi Manajemen Badan Permusyawaratan Desa) (Punggul.desa.id, 2022).

Berdasarkan (bali.tribunnews.com) terdapat 46 desa di kabupaten Badung Bali yang mulai mengadopsi desa *digital*. Dari 46 desa di kabupaten Badung yang mulai mengadopsi desa *digital*, Desa Punggul dijadikan percontohan desa *digital*, bahkan secara nasional. Citra dan kepercayaan publik yang baik sebagai salah satu hal yang penting bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, tempat, maupun wilayah (Kotler & Keller, 2016).

Peran pemerintah desa Punggul dalam mempertahankan citra positif menjadi semakin penting, terutama dalam meningkatkan pemahaman masyarakat dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah desa Punggul melalui sosialisasi yang ada, contohnya sosialisasi Sistem Informasi Geografis Administrasi Desa Terintegrasi (SiGadis) dan SIMBPD (Sistem Informasi Manajemen Badan Permusyawaratan Desa) (Punggul.desa.id, 2022).

Maka dari itu, strategi komunikasi menjadi fokus penting sebagai upaya mempertahankan citra Desa Digital yang dimiliki Desa Punggul dengan tujuan yaitu agar pesan komunikasi yang akan disampaikan bisa dapat berjalan dengan lancar dan baik. Salah satu pakar komunikasi, (Efendy, 1990) mengatakan bahwa strategi komunikasi merupakan suatu perencanaan dan pengelolaan dalam komunikasi untuk mencapai tujuan dari komunikasi tersebut dengan melalui taktik operasional. Strategi komunikasi sendiri juga memiliki arti kombinasi dari beberapa fase komunikasi, yaitu frekuensi komunikasi, formalitas komunikasi, isi komunikasi, dan fase saluran/media komunikasi. “Implementasi strategi membutuhkan pendekatan dan taktik” (Efendy, 1990).

Sebuah strategi komunikasi yang dibangun oleh Desa Punggul tidak hanya dapat menciptakan citra positif, tetapi juga menanamkan kepercayaan di masyarakat. Namun, citra positif yang telah terbangun harus tetap dipertahankan, karena akan mempengaruhi citra desa Punggul itu sendiri. Maka dari itu, penulis terdorong untuk mencari dan mengetahui lebih dalam tentang bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Desa Punggul dalam mempertahankan citra desa digital, mengingat banyaknya desa di Bali yang mulai mengadopsi citra desa digital.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah kombinasi antara komunikasi dan rencana manajemen untuk mencapai tujuan. Strategi komunikasi merupakan suatu pemandu dalam sebuah rencana komunikasi, manajemen dan dalam pencapaian suatu tujuan tersebut, dalam sebuah strategi komunikasi harus dapat menunjukkan tentang bagaimana operasionalnya baik secara taktis yang dilakukan agar tujuan tersebut dapat tercapai (Effendy, 2005). Dalam bukunya Anwar Arifin (1984) 'Strategi Komunikasi' yang menyatakan bahwa suatu strategi komunikasi adalah seluruh keputusan atau suatu tindakan yang dilaksanakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Menurut Anwar Arifin, Merencanakan strategi komunikasi mencakup empat langkah: menentukan audiens, menyusun pesan, menentukan metode, dan memilih media yang akan digunakan.

Citra

Dikutip oleh Soemirat dan Ardianto dalam buku Dasar-Dasar Humas, Ketz menyatakan bahwa: "Citra mengacu pada bagaimana pihak lain memandang suatu perusahaan, individu, komite, atau aktivitas yang ada." (Soemirat dan Ardianto, 2004). Kemudian citra menurut Ardianto: "Citra adalah kesan, perasaan dan citra diri suatu perusahaan berdasarkan masyarakat, suatu kesan yang sengaja diciptakan oleh khalayak, individu atau organisasi." (Soemirat dan Ardianto, 2004). Seperti yang telah diungkapkan oleh Ardianto, agar citra bernilai positif perlu diciptakan dengan sengaja. Citra juga sebagai salah satu aset yang penting yang harus dilakukan secara baik dari suatu perusahaan atau organisasi.

Desa Punggul Sebagai Desa Digital

Desa digital adalah istilah yang mengacu pada desa yang menggunakan aplikasi berbasis digital yaitu internet untuk mempromosikan masalah kesehatan, budaya, pendidikan, lingkungan, dan administrasi (Iskandar, 2020). Desa digital memiliki dua komponen kunci: teknologi informasi dan pemberdayaan masyarakat (Wijaya, Anggraeni, & Bachri, 2013). Bentuk inovasi atau digitalisasi berbasis digital yang terjadi di Desa Punggul ini bermacam-macam bentuknya, seperti penyediaan infrastruktur untuk mendukung kegiatan masyarakat, meluncurkan program pemberdayaan masyarakat, serta pengembangan berbagai sistem informasi, aplikasi web dan mobile. Salah satu bentuk digitalisasinya adalah Sistem Informasi Geografis Administrasi Desa

Terintegrasi (SiGadis) dan SIMBPD (Sistem Informasi Manajemen Badan Permusyawaratan Desa). Desa digital bukan sekadar desa yang hanya memanfaatkan internet dan Wi-Fi, melainkan kemampuan desa untuk meningkatkan potensi, pemberdayaan, perekonomian, dan kualitas layanan publik melalui pemanfaatan IT. (Iskandar, 2020).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif dan paradigma post-positivis. Unit analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah pemerintah desa Punggul. Teknik yang digunakan untuk mengidentifikasi informan dalam penelitian ini adalah purposive sampling dan snowball procedure. Dalam pengumpulan data digunakan beberapa teknik yaitu wawancara, observasi dan penelitian dokumen. Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisis Miles & Huberman, selanjutnya hasil analisis dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk narasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum

Dikutip dari website resmi desa punggul, (Punggul.desa.id) per 23 September 2022, memiliki total 925 Keluarga yang terdiri dari 3322 warga. Desa Punggul telah dinobatkan oleh kabupaten Badung Bali sebagai desa digital Pada tahun 2019, Desa Punggul mendapat predikat “Desa Digital” dan menjadi pelopor desa digital pertama di Kabupaten Badung. (badungkab.go.id, 2020).

Salah satu bentuk digitalisasinya adalah Sistem Informasi Geografis Administrasi Desa Terintegrasi (SiGadis) dan SIMBPD (Sistem Informasi Manajemen Badan Permusyawaratan Desa) (Punggul.desa.id, 2022). SIMBPD (Sistem Informasi Manajemen Badan Permusyawaratan Desa) adalah aplikasi mobile berbasis Android yang dihadirkan oleh Badan Permusyawaratan Desa (BPD) Punggul sebagai wujud nyata dalam pemanfaatan perkembangan teknologi untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat desa.

Sekilas Tentang Desa Digital

Dikutip dari website katadesa.id sejak tahun 2015 Desa Punggul melakukan pembangunan infrastruktur jaringan dan melakukan pemasangan internet secara gratis di beberapa titik

tepatnya 7 (tujuh) banjar (dusun) dan juga kamera pemantau yang di tempatkan di 32 titik. Desa Punggul juga membuat beberapa sistem program seperti sistem administrasi dan kependudukan. Tahun 208 sistem ini ditingkatkan dan menjadi informasi SIAK (sistem administrasi desa dan kelurahan). Sistem ini dibangun dengan tujuan untuk memudahkan pelayanan kepada masyarakat desa. Desa Punggul ingin mewujudkan pelayanan desa yang baik kepada Masyarakat desa punggul.

Pada tahun 2018 desa punggul diberikan kesempatan untuk mewakili Provinsi Bali dalam rangka, Teknologi Tepat Guna (TTG) di (GWK) Garuda Wisnu Kencana, Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Bali. Dalam rangka Teknologi Tepat Guna (TTG) tersebut Provinsi Bali mendapat juara satu. Pada rangkaian Teknologi Tepat Guna (TTG) tersebut, desa Punggul menampilkan semua pelayanan yang terdapat di pemerintahan desa, terutama dari sisi pelayanan administrasi.

Setelah desa Punggul mewakili Provisi Bali dan mendapatkan juara satu dalam rangka Teknologi Tepat Guna (TTG) tersebut, desa Punggul mendapat kunjungan dari staf ahli presiden, Bapak Erani. Bapak Erani menawarkan penghargaan, Yang pertama, staf ahli presiden, Bapak Erani memberi gelar “Punggul Desa Digital”. Yang kedua, staf ahli presiden, Bapak Erani memberikan sebuah buku judulnya “Tuah Kepala Desa”. Di mana isi buku itu adalah, “jika desa ingin belajar mengenai desa digital, maka pergilah ke Punggul”. Hal tersebut mengartikan bahwa bukan desa Punggul yang mengangkat dirinya sendiri bahwa desa Punggul merupakan desa digital, melainkan desa digital tersebut merupakan pemberian atau hadiah dari staf ahli presiden.

Melihat kemajuan yang dicapai oleh desa Punggul, Desa Punggul pun dinobatkan oleh kabupaten Badung Bali sebagai desa digital pada tahun 2019, Bupati kabupaten Badung, I Nyoman Giri Prasta menobatkan Desa Punggul sebagai desa percontohan digital. Desa Punggul sendiri mendapat penghargaan sebagai “desa digital” dan juga menjadi pelopor desa digital pertama di Kabupaten Badung, Bali. (badungkab.go.id).

Strategi Komunikasi Desa Punggul dalam Mempertahankan Citra Desa Digital

Berdasarkan dari hasil observasi yang telah dilakukan, strategi komunikasi memiliki kaitan dengan perencanaan didalam menyampaikan pesan dengan melalui perpaduan berbagai unsur komunikasi yaitu frekuensi, isi, bentuk dan saluran komunikasi, sehingga pesan yang disampaikan nantinya dapat diterima dan dipahami dengan mudah serta efektif.dapat mengubah perilaku

tergantung pada tujuan komunikasi. Strategi utama yang desa Punggul terapkan untuk mempertahankan citra desa digital yaitu:

1. Mendengarkan kebutuhan masyarakat, yang kemudian dikemas dalam bentuk digital.
2. Melakukan sosialisasi mengenai desa digital
3. Melakukan musyawarah dengan seluruh elemen dan perangkat desa
4. Melakukan promosi melalui media sosial
5. Melakukan koordinasi dengan pemerintah pusat
6. Bekerjasama dengan pihak swasta seperti provider serta programmer dalam pelatihan SDM.

Implementasi Strategi Komunikasi Desa Punggul Dalam Mempertahankan Citra Desa Digital

Segala sesuatu dalam strategi komunikasi harus dikaitkan dengan komponen-komponen yang menjadi jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan Harold D.Lasswell, yang dikenal luas dengan Lasswell Formula. Lebih lanjut, agar pesan dapat tersampaikan kepada sasaran secara efektif, Anwar Arifin (dalam Effendy, 2003) menjelaskan rumusan Laswell, khususnya siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa dan dengan efek apa (Effendy, 2003). Sehingga penjabaran hasil temuan penelitian akan dibagi berdasarkan formula Lasswell yang terdiri dari dari siapa (komunikator),apa yang dikatakan (pesan), melalui apa (media), kepada siapa (komunikan), hingga akibat atau hasilnya (efek).

1. Komunikator

Proses komunikasi tidak terlepas dari komunikator. Komunikator adalah pihak yang berperan sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi.Komunikator itu sendiri dapat dilakukan oleh perorangan, kelompok, organisasi atau perusahaan (Mulyana, 2003:63). Komunikator atau pengirim pesan dalam penelitian ini merupakan kepala desa itu sendiri yang melakukan sosialisasi serta pemaparan materi mengenai citra desa digital yang dimiliki oleh desa punggul melalui studi tiru serta Teknologi Tepat Guna (TTG).

2. Pesan

Pesan sebagai salah satu bagian dari proses komunikasi. Pesan merupakan sebuah hal dikirimkan oleh pengirim ke penerima baik berupa kata-kata, gerak tubuh, suara dan bahasa. Pesan juga dapat disampaikan secara langsung maupun melalui media (Effendy, 2000:16). Desa Punggul dalam pelaksanaan strategi komunikasi dalam mempertahankan citra desa digital, menyampaikan pesan dengan informatif dan edukatif.

3. Media

Proses komunikasi tidak terlepas dari penggunaan media sebagai saluran komunikasi. Media adalah suatu alat yang dapat menghubungkan sumber dan penerima secara terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca dan mendengarkan (Cangara, 2011:25). Desa Punggul dalam menjalankan strategi komunikasinya menggunakan beberapa media, salah satunya adalah media baru seperti media sosial.

4. Komunikan

Komunikan suatu komunikasi ditentukan oleh komunikan karena semua kegiatan komunikasi diarahkan kepada mereka (Cangara, 2017:136) Komunikan merupakan pihak yang menjadi sasaran penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator (Mulyana, 2003:64). Komunikan atau penerima pesan yang disusun oleh desa punggul merupakan semua kalangan.

5. Efek

Dalam hal ini efek adalah akibat, reaksi, atau bahkan perubahan sikap yang diungkapkan masyarakat di dalam desa Punggul itu sendiri, maupun diluar desa Punggul. Dalam hal ini, desa Punggul mendapatkan hasil berupa banyaknya kunjungan dari banyak desa serta pihak lainnya di seluruh Indonesia.

Analisis Hasil Temuan Penelitian

Formula Lasswell digunakan untuk menentukan strategi komunikasi. Lasswell menjelaskan bahwa mengembangkan strategi komunikasi memerlukan beberapa langkah yaitu memahami khalayak sasaran, menyusun pesan, menentukan metode dan memilih media yang akan digunakan (Arifin, 1984:73). Penerapan formula Lasswell sejalan dengan strategi komunikasi yang digunakan. Adapun strategi yang digunakan oleh Desa Punggul dalam mempertahankan citra

desa digital adalah dengan menggunakan teknologi sebagai pendukung. Sebagai bagian dari komunikasi, dalam mengembangkan strategi komunikasi desa Punggul telah menggunakan 4 (empat) tahap formula Lasswell, dalam menyusun strategi komunikasi dalam mempertahankan citra desa digital. yaitu:

1. Mengetahui khalayak atau sasaran komunikasi

Dalam proses menyusun strategi komunikasi, penentuan khalayak adalah hal yang krusial dikarenakan pada tahap ini suatu organisasi atau perusahaan perlu mempelajari, menggali dan memahami karakteristik khalayak sebelum melakukan komunikasi secara efektif. Desa Punggul menargetkan semua kalangan sebagai sasaran komunikasinya dengan tujuan semua kalangan memanfaatkan digitalisasi.

2. Menyusun pesan komunikasi

Pesan sebagai suatu hal yang disampaikan oleh individu atau organisasi berupa simbol-simbol yang mudah dipahami dan diterima masyarakat dengan banyak makna (Cangara, 2013:139). Dalam Menyusun pesan komunikasi, desa Punggul Menyusun pesan komunikasi dengan informatif dan edukatif.

3. Menetapkan metode komunikasi

Menurut cara pelaksanaannya, Desa Punggul menggunakan metode sosialisasi secara langsung yang disiarkan juga secara live streaming melalui media youtube untuk berinteraksi dengan pihak lain. Menurut isinya, Desa Punggul menggunakan metode informatif dan edukatif, metode informatif digunakan desa Punggul dalam penyampaian informasi yang disajikan berupa hiburan, budaya, pendidikan dan berita atau informasi.

4. Pemilihan media komunikasi

Desa Punggul dalam mempertahankan citra desa digital menggunakan 2 saluran yaitu saluran interpersonal dan saluran media digital. Saluran interpersonal yaitu dengan melakukan pertemuan tatap muka antara orang atau lembaga yang menciptakan pesan (sumber) dan penerima pesan tersebut yang dalam hal ini yaitu Desa Punggul dengan para kepala desa yang mengunjungi desa punggul untuk mempelajari desa digital. Saluran media digital yaitu alat penyampaian Pesan

yang memungkinkan sumber mencapai penerima pesan dalam jumlah besar melalui media sosial (digital).

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti, peneliti dapat menarik kesimpulan yang relevan terkait strategi komunikasi yang telah diimplementasikan oleh desa Punggul dalam mempertahankan citra desa Digital yaitu dengan pemanfaatan teknologi media sosial seperti Instagram, facebook youtube, dan website, melakukan live streaming, mendengarkan kebutuhan masyarakat desa dan kemudian dikemas secara digital, dan cara penyampaian kepala desa dalam menyampaikan sosialisasi maupun memaparkan materi pada desa lain. Tujuan utama dari desa Punggul menyusun strategi komunikasi dalam mempertahankan citra desa Digital, dalam hal ini desa Punggul bertujuan untuk bisa bersaing dengan kemajuan dan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin hari semakin berkembang. Desa Punggul telah melaksanakan strategi komunikasi sesuai dengan konsep 4 (empat) elemen penting berdasarkan formula Lasswell.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti di Desa Punggul, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut, Desa Punggul diharapkan dapat memaksimalkan penggunaan sosial media dan media live streamingnya seperti youtube, serta tetap memaksimalkan potensi aplikasi SiGadis (Sistem Informasi Geografis Administrasi Desa Terintegrasi) dan SIMBPD (Sistem Informasi Manajemen Badan Permusyawaratan Desa). Sebab di zaman modern ini, sosial media dan gadget adalah sesuatu yang hampir setiap hari di gengaman manusia.

Desa Punggul juga diharapkan untuk terus meningkatkan kualitas media digital lainnya demi tetap menjaga keeksisannya agar tetap bisa dijadikan desa percontohan desa digital se-Indonesia dan terus melakukan inovasi dalam penggunaan media digital.

Bagi penelitian yang akan datang, kami berharap penelitian ini dapat dikembangkan dengan membahas difusi inovasinya mulai dari tahap perumusan strategi komunikasi hingga tahap

terakhir evaluasi, mengingat penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini hanya pada implementasi strategi komunikasi pada desa Punggul.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Y. H., Fathurochman, N. Y., Anasrulloh, A. S., & Rahmawati, F. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HOTEL BEST WESTERN PAPILIO SURABAYA DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA PERUSAHAAN. *voxpop*, 4(2), 50-55.
- Alvaro, R., & Octavia, E. (2019). Desa Digital: Potensi dan Tantangannya Peningkatan Kredit UMKM Melalui Rasio Intermediasi Makroprudensial Tantangan Revolusi Industri 4.0 di Sektor Pertanian. *Bul. DPR*, 4(8), 8-11.
- Ardianto, E., & Soemirat, S. (2004). *Dasar-dasar public relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Arifin, A. (1984). *Strategi komunikasi: sebuah pengantar ringkas*. Penerbit Armico.
- Atmaja, I. B. R., Gelgel, N. M. R. A., & Joni, I. D. A. S. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI PROGRAM “IKOY-IKOYAN” ARIEF MUHAMMAD DI INSTAGRAM@ARIEFMUHAMMAD.
- Badungkab. (2020). Diyakini Menjadi Yang Pertama di Indonesia, Bupati Giri Prasta Resmikan Aplikasi Klik Tanahku dan Pasar Rakyat Desa Punggul. [badungkab.go.id. https://badungkab.go.id/index.php/kab/berita/4004-diyakini-menjadi-yang-pertama-di-indonesia-bupati-giri-prasta-resmikan-aplikasi-klik-tanahku-dan-pasar-rakyat-desa-punggul-](https://badungkab.go.id/index.php/kab/berita/4004-diyakini-menjadi-yang-pertama-di-indonesia-bupati-giri-prasta-resmikan-aplikasi-klik-tanahku-dan-pasar-rakyat-desa-punggul-)
- Bungin, B. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. jakarta: rajawali pers.
- Creswell, J. W. (2014). *A concise introduction to mixed methods research*. SAGE publications.
- Datuela, A. (2013). Strategi public relations pt. Telkomsel branch manado dalam mempertahankan citra perusahaan. *Acta Diurna Komunikasi*, 2(1).
- Effendy, Onong Uchjana. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda karya. Iriantara, Yosol.

- Effendy, Onong Uchjana. (2003). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2007). Strategi Komunikasi, Sebuah Pengantar Ringkas. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2013). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Onong Uchjana. (2015). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Komunikasi. Bandung: PT. Citra Aditia Bakti.
- Herlina, S. (2015). Strategi komunikasi pemerintah dalam membentuk citra pemerintahan di kota malang. JISIP: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, 4(3).
- Iskandar, A. H. (2020). SDGs desa: percepatan pencapaian tujuan pembangunan nasional berkelanjutan. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson.
- Kontessa, T. K. (2020). Sponsorship marketing untuk mempertahankan citra merek pada era *digital*: Studi kasus special event harian Kompas. MEDIASI Jurnal Kajian dan Terapan Media, Bahasa, Komunikasi, 1(2), 147-157.
- Kriyantono, R., & Rakhmat, S. J. (2006). Metode penelitian komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2012). Teknik Praktis Riset Komunikasi (6 ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Manyika, J., Chui, M., Miremadi, M., Bughin, J., George, K., Willmott, P., & Dewhurst, M. (2019). A Future that Works: Automation, Employment, and Productivity, McKinsey Global Institute, San Francisco, CA.
- Nusa Bali. (2019). Bupati Giri Prasta Luncurkan Desa Digital. Nusabali.Com. <https://www.nusabali.com/berita/52410/bupati-giri-prasta-luncurkan-desadigital>.
- Pawito. (2008). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: LkiS Pelangi. Aksara.

- Radarbali. (2022). Jadi Desa Digital, Desa Punggul Rancang Aplikasi Deteksi Volume Sampah. [radarbali.jawapos.com. https://radarbali.jawapos.com/bali/denpasar/16/01/2022/jadi-desa-digital-desa-punggul-rancang-aplikasi-deteksi-volume-sampah/](https://radarbali.jawapos.com/bali/denpasar/16/01/2022/jadi-desa-digital-desa-punggul-rancang-aplikasi-deteksi-volume-sampah/).
- Sabilah, N., & Arbi, A. (2020). Strategi Komunikasi Radio Fajri 993 FM Bogor dalam Mempertahankan Citra Radio Dakwah. *Al-MUNZIR*, 13(2), 135-156.
- Sistem Informasi Desa Punggul. (2022). Demografi Berdasar Populasi Per Wilayah. [punggul.desa.id. https://punggul.desa.id/data-wilayah](https://punggul.desa.id/data-wilayah).
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung, Indonesia: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). Metode Riset Bisnis, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tribun Bali. (2019). 46 Desa di Badung Jadi Desa Digital, Permudah Pelayanan ke Masyarakat. [bali.tribunnews.com. https://bali.tribunnews.com/2019/05/18/46-desa-di-badung-jadi-desa-digital-permudah-pelayanan-ke-masyarakat](https://bali.tribunnews.com/2019/05/18/46-desa-di-badung-jadi-desa-digital-permudah-pelayanan-ke-masyarakat)
- Westerman, G., Bonnet, D., & McAfee, A. (2014). Leading digital: Turning technology into business transformation. Harvard Business Press.
- Wijaya, E., Anggraeni, R., & Bachri, R. (2013). Desa Digital: Peluang untuk Mengoptimalkan Penyebarluasan Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia. *Jurnal Dinamika Hukum*, 13(1), 75-88.
- Wuryantai, A. E. W. (2004). Digitalisasi masyarakat: Menilik kekuatan dan kelemahan dinamika era informasi *digital* dan masyarakat informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Yusuf, A. M. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: Prenadamedia Group.